

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ КЛИЕНТОВ НЕКОТОРОГО БАНКА НА ОСНОВЕ ОБЕЗЛИЧЕННЫХ ДАННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ПО ПЛАСТИКОВЫМ КАРТОЧКАМ

Худяков Д. В., Паньков А. В.

УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы», Гродно, Беларусь

Выработка рекомендаций на основе большого объема данных по банковским платежам является важной задачей для любого современного банка. Одной из целей таких рекомендаций может быть упрощение процесса планирования и расхода личного бюджета конкретного потребителя. В данном случае важны именно личные рекомендации, т.к. рекомендации для всех клиентов банка в общем могут принести далеко не самый положительный результат. Например, когда казалось бы вполне здравая рекомендация по уменьшению потребления определенной коммунальной услуги имеет положительный характер для одного клиента, в то же время совсем неприемлема для другого. В таких условиях способность порекомендовать что-то выбрать востребованна, и тем более ценна, если рекомендуемый выбор близок предпочтениям того, для кого эта рекомендация предназначена [1].

Главной особенностью анализа данных банковских платежей является выявление платежей по признакам: тип, услуга, сумма, период платежа, рекуррентность и др. В данном случае имеющиеся данные имеют не структуризованный вид, что усложняет процесс анализа и обработки. Будем рассматривать каждый платеж как некоторую сущность, которая имеет свои свойства (тип, услуга, сумма, период платежа). На показатели меры сходства между двумя сущностями накладывается то ограничение, что их значения, подобно расстояниям, должны быть неотрицательными. Фактически, мы ограничиваем показатели сходства интервалом $[0, 1]$. Будем считать, что две сущности имеют высокую схожесть (высокая вероятность того, что данные платежи относятся к одному типу), если значение меры близко к 1. В противном случае, если значение меры близко к 0, то это говорит о слабой схожести. Мера схожести сущности к самой себе будет равна 1. В данном случае, для нахождения меры сходства было использовано евклидово расстояние. Понятия расстояния и сходства взаимосвязаны в том смысле, что чем меньше евклидово расстояние, тем больше сходство двух сущностей.

Проведение данного анализа позволяет найти сходные платежи. Полученные результаты помогают более точно оценить затраты клиента по тем или иным направлениям. К рекомендациям клиентам банка можно отнести: рекомендации по оптимизации расходов, рекомендации по сбережению на будущие периоды, помощь в достижении поставленных финансовых целей, рекомендации по кредитам и вкладам в банки. К рекомендациям для банков можно отнести: стратегии в отношении клиентов (кто-то снимает все деньги, а кто-то держит их «на карте»), рекомендации по повышению заинтересованности клиентов пользоваться пластиковой картой, рекомендации по периодичным платежам.

Литература